

**Organo responsabile per l'attestato professionale federale di redattrice
di testi pubblicitari / redattore di testi pubblicitari**

REGOLAMENTO

per

**l'esame di professione di redattrice di testi pubblicitari / redattore di testi
pubblicitari**

del ... *25 giugno 2021*

Visto l'articolo 28 capoverso 2 della legge federale del 13 dicembre 2002 sulla formazione professionale, l'organo responsabile di cui al punto 1.3 emana il seguente regolamento d'esame.

1. DISPOSIZIONI GENERALI

1.1 Scopo dell'esame

Obiettivo dell'esame federale di professione è stabilire se i candidati hanno le competenze necessarie per l'esercizio di un'attività professionale complessa e che comporta un elevato grado di responsabilità.

1.2 Profilo professionale

1.21 Campo d'attività

I redattori di testi pubblicitari redigono testi nei reparti marketing, comunicazione e pubblicità delle aziende, lavorano all'interno di team creativi presso le agenzie pubblicitarie o di comunicazione oppure come liberi professionisti su base contrattuale. Collaborano allo sviluppo di misure di comunicazione sotto forma di testi scritti e testi parlati.

1.22 Principali competenze operative

- Definire la strategia di comunicazione relativa all'incarico
- Preparare il lavoro e cercare informazioni
- Sviluppare idee e progetti creativi
- Redigere testi concreti per i vari tipi di media (online e offline)
- Analizzare i feedback e tenerne conto nella redazione dei testi
- Redigere la versione finale dei testi
- Accompagnare l'implementazione nei vari tipi di media durante la fase di realizzazione/produzione

1.23 Esercizio della professione

Sulla base delle indicazioni o dell'incarico ricevuti da clienti interni o esterni, il redattore di testi pubblicitari chiarisce, all'interno del team, gli eventuali punti e aspetti poco chiari o rimasti in sospeso. Questi vanno approfonditi e integrati utilizzando i vari strumenti di ricerca a disposizione. Di conseguenza, il team mette a punto le possibili strategie e formula progetti e idee concrete. In questa fase, i redattori di testi pubblicitari sono coinvolti nello sviluppo degli approcci creativi e ne controllano la coerenza. Redigono i testi per le varie forme pubblicitarie e i vari canali online e offline; sono inoltre in grado di pianificarne l'utilizzo nelle campagne.

Essendo specialisti nel dare forma alle parole, i redattori di testi pubblicitari sanno esprimersi in modo chiaro, preciso e succinto nonché trasmettere i contenuti auspicati in modo mirato e adatto al gruppo target. Sono in grado di redigere testi privi di errori e possiedono un'ottima cultura generale; sanno essere critici, assertivi e rappresentano il proprio lavoro sia nei team interni che con i clienti. Lavorano con specialisti della comunicazione e, a seconda della situazione, direttamente con traduttori e revisori.

Eccellenti competenze linguistiche, capacità redazionali, creatività, conoscenza dei media e del marketing nonché padronanza degli strumenti digitali sono elementi di grande importanza. I redattori di testi pubblicitari conoscono la struttura dei progetti e delle strategie comunicative di tutti i canali di comunicazione online e offline.

- 1.24 Contributo della professione alla società, all'economia, alla cultura e all'ecologia
- Con il loro lavoro i redattori di testi pubblicitari sostengono, se in azienda direttamente e se da esterni indirettamente, la comunicazione di marketing e contribuiscono così al successo economico e sociale delle singole aziende. Essi si impegnano, nei limiti delle loro competenze, a includere nei testi aspetti etici, ecologici e giuridici.

1.3 Organo responsabile

- 1.31 L'organo responsabile è costituito dalla seguente organizzazione del mondo del lavoro:
Organo responsabile per l'attestato federale di redattrice di testi pubblicitari / redattore di testi pubblicitari.
- 1.32 L'organo responsabile è competente per tutta la Svizzera.

2. ORGANIZZAZIONE

2.1 Composizione della commissione d'esame

- 2.11 Tutti i compiti relativi al rilascio dell'attestato professionale sono affidati a una commissione d'esame composta da un presidente e da almeno quattro membri e nominata dal Comitato dell'organo responsabile per un periodo di tre anni.
- 2.12 La commissione d'esame si autocostruisce. Essa è in grado di deliberare se è presente la maggioranza dei membri. Le decisioni richiedono la maggioranza dei membri presenti. A parità di voti espressi è il presidente a decidere.

2.2 Compiti della commissione d'esame

- 2.21 La commissione d'esame:
- a) emana le direttive inerenti al regolamento d'esame e le aggiorna periodicamente;
 - b) stabilisce le tasse d'esame;
 - c) stabilisce la data e il luogo d'esame;
 - d) definisce il programma d'esame;
 - e) predispone la preparazione dei compiti d'esame e cura lo svolgimento dell'esame;
 - f) nomina i periti, li forma per le loro funzioni e li impiega;
 - g) decide l'ammissione all'esame e l'eventuale esclusione dallo stesso;
 - h) decide il conferimento dell'attestato professionale;
 - i) tratta le domande e i ricorsi;
 - j) si occupa della contabilità e della corrispondenza;
 - k) decide in merito al riconoscimento di altri titoli o prestazioni;
 - l) rende conto della sua attività alle istanze superiori e alla Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione (SEFRI);

m) provvede allo sviluppo e alla garanzia della qualità, in particolare al regolare aggiornamento del profilo di qualificazione in conformità con le esigenze del mercato del lavoro.

2.22 La commissione d'esame può delegare compiti amministrativi a una segreteria.

2.3 Svolgimento non pubblico / Vigilanza

2.31 L'esame si svolge sotto la vigilanza della Confederazione. Non è pubblico. In casi particolari, la commissione d'esame può concedere delle deroghe.

2.32 La SEFRI riceve tempestivamente l'invito all'esame e la relativa documentazione.

3. PUBBLICAZIONE, ISCRIZIONE, AMMISSIONE, SPESE

3.1 Pubblicazione

3.11 L'esame è pubblicato almeno cinque mesi prima del suo inizio nelle tre lingue ufficiali.

3.12 La pubblicazione deve almeno indicare:

- a) le date d'esame;
- b) la tassa d'esame;
- c) l'ufficio d'iscrizione;
- d) il termine d'iscrizione;
- e) le modalità di svolgimento dell'esame.

3.2 Iscrizione

All'iscrizione devono essere allegati:

- a) un riepilogo del percorso professionale assolto e della pratica professionale svolta;
- b) le copie dei titoli e dei certificati di lavoro richiesti ai fini dell'ammissione;
- c) l'indicazione della lingua d'esame;
- d) la copia di un documento d'identità con fotografia;
- e) una copia della ricevuta o conferma dell'avvenuto pagamento della tassa d'esame;
- f) l'indicazione del numero di assicurazione sociale (numero AVS)¹.

3.3 Ammissione

3.31 All'esame è ammesso chi:

- a) dispone di uno dei seguenti attestati/diplomi o di qualifiche equivalenti nonché può attestare almeno 2 anni di pratica professionale nei settori comunicazione commerciale (pubblicità), pubbliche relazioni, giornalismo, marketing, vendita o marketing diretto/dialogico:
 - impiegato di commercio con attestato federale di capacità
 - formazione di base di almeno tre anni in un ambito grafico con attestato federale di capacità

¹ La base legale è contenuta nell'ordinanza sulle rilevazioni statistiche (RS 431.012.1; n. 70 dell'allegato). La commissione d'esame o il SEFRI rileva il numero AVS per conto dell'Ufficio federale di statistica e lo utilizza a fini puramente statistici.

- formazione di base di almeno tre anni nell'ambito della vendita con attestato federale di capacità
 - diploma conseguito presso una scuola di commercio riconosciuta dalla SEFRI
 - diploma conseguito presso una scuola cantonale di diploma frequentata per almeno tre anni
 - maturità (tutti i tipi)
 - attestato professionale rilasciato a seguito di un esame di professione o diploma rilasciato a seguito di un esame professionale per le professioni commerciali
 - diploma di una scuola superiore, di un'università o scuola universitaria in ambito commerciale
 - attestato professionale in: comunicazione, public relations, marketing o vendita
- o
- b) dispone di un altro certificato di formazione di grado secondario II o di qualifiche equivalenti nonché di almeno 3 anni di pratica professionale nei settori comunicazione commerciale (pubblicità), pubbliche relazioni, giornalismo, marketing, vendita o marketing diretto/dialogico.

3.32 La decisione in merito all'ammissione all'esame è comunicata al candidato per iscritto almeno tre mesi prima dell'inizio dell'esame. La decisione negativa deve indicare la motivazione e i rimedi giuridici.

3.4 Spese

- 3.41 Il candidato versa la tassa d'esame previa conferma dell'ammissione. Le tasse di stampa dell'attestato professionale e di iscrizione nel registro dei titolari di attestato professionale sono incluse nella tassa d'esame.
- 3.42 Ai candidati che, conformemente al punto 4.2, si ritirano entro i termini prescritti o devono ritirarsi dall'esame per motivi validi viene rimborsato l'importo pagato, dedotte le spese sostenute.
- 3.43 Chi non supera gli esami non ha diritto ad alcun rimborso.
- 3.44 La tassa d'esame per i candidati ripetenti è fissata dalla commissione d'esame caso per caso, tenendo conto delle parti d'esame da ripetere.
- 3.45 Le spese di viaggio, alloggio, vitto e assicurazione durante gli esami sono a carico dei candidati.

4. SVOLGIMENTO DELL'ESAME

4.1 Convocazione

- 4.11 L'esame ha luogo se, dopo la pubblicazione, almeno
- 25 candidati germanofoni,
 - 8 candidati francofoni,
 - 3 italofoni
- adempiono alle condizioni d'ammissione o almeno ogni due anni.
- 4.12 I candidati possono essere esaminati in una delle tre lingue ufficiali: italiano, francese o tedesco.
- 4.13 I candidati sono convocati almeno 30 giorni prima dell'esame scritto e almeno 15 giorni prima dell'esame orale. La convocazione contiene:

- a) il programma d'esame con l'indicazione precisa del luogo, della data e dell'ora dell'esame e degli ausili che il candidato è autorizzato ad usare e a portare con sé;
- b) l'elenco dei periti.

4.14 Le richieste di riconsiderazione dei periti opportunamente motivate devono essere presentate alla commissione d'esame al massimo 14 giorni prima dell'inizio dell'esame. La commissione d'esame adotta le disposizioni necessarie.

4.2 Ritiro

4.21 I candidati possono ritirare la propria iscrizione fino a quattro settimane prima dell'inizio dell'esame.

4.22 Trascorso questo termine, il ritiro deve essere giustificato da motivi validi. Sono considerati motivi validi:

- a) maternità;
- b) malattia e infortunio;
- c) lutto nella cerchia ristretta;
- d) servizio militare, civile o di protezione civile imprevisto.

4.23 Il candidato deve immediatamente notificare per iscritto alla commissione d'esame il suo ritiro allegando i documenti giustificativi.

4.3 Mancata ammissione ed esclusione

4.31 I candidati che, in relazione alle condizioni di ammissione, forniscono deliberatamente indicazioni false o cercano in altri modi di ingannare la commissione d'esame non sono ammessi all'esame.

4.32 È escluso dall'esame chi:

- a) utilizza ausili non autorizzati;
- b) infrange in modo grave la disciplina dell'esame;
- c) tenta di ingannare i periti.

4.33 L'esclusione dall'esame deve essere decisa dalla commissione d'esame. Il candidato ha il diritto di sostenere l'esame con riserva fino al momento in cui la commissione d'esame non ha deliberato al riguardo.

4.4 Sorveglianza degli esami, periti

4.41 L'esecuzione dei lavori d'esame scritti è sorvegliata da almeno una persona competente nella materia d'esame la quale annota le proprie osservazioni.

4.42 La valutazione dei lavori d'esame scritti è effettuata da almeno due periti che determinano la nota congiuntamente.

4.43 Almeno due periti presenziano agli esami orali, prendono nota del colloquio d'esame e dello svolgimento generale, valutano le prestazioni e determinano la nota congiuntamente.

4.44 I periti recedono dall'incarico se sono parenti, superiori o ex superiori, collaboratori o colleghi del candidato, oppure suoi docenti nei corsi di preparazione.

4.5 Riunione conclusiva per l'attribuzione delle note

- 4.51 La commissione d'esame delibera il superamento dell'esame in una riunione indetta al termine dello stesso. La persona che rappresenta la SEFRI è invitata per tempo alla riunione.
- 4.52 I parenti e i superiori o ex superiori, collaboratori o colleghi del candidato nonché i docenti dei corsi di preparazione da lui frequentati recedono dall'incarico per la delibera sul conferimento dell'attestato professionale.

5. ESAME

5.1 Parti d'esame

- 5.11 L'esame è costituito dalle seguenti parti e dura:

	Parte d'esame	Tipo d'esame		Durata
		orale	scritto	durata totale
1	Idee, progetto, testo (ricerca svolta in precedenza)		300 min.	300 min.
2	Ortografia, grammatica, punteggiatura		30 min.	30 min.
3	Redazione		60 min.	60 min.
4	Media audiovisivi, elettronici e digitali		60 min.	60 min.
5	Analisi ed efficacia dei testi	25 min.		25 min.
6	Fondamenti di marketing e strumenti di comunicazione	25 min.		25 min.
7	Ricerca e diritto	25 min.		25 min.
Totale orale		75 min.		
Totale scritto			450 min.	525 min.

Parte d'esame 1: Idee, progetto, testo

Per questa parte d'esame scritta i candidati hanno 30 giorni di tempo per svolgere una ricerca su un tema assegnato in precedenza e descritto a grandi linee. Sulla base della ricerca effettuata e di un esempio fornito in sede d'esame viene simulata una situazione pratica in cui, dopo un'analisi approfondita, i candidati elaborano un progetto che poi trasformano in testo per i differenti canali pubblicitari. È consentito portare all'esame i risultati delle proprie ricerche. È attribuita particolare importanza alla ricerca sistematica e completa, alla capacità di elaborare con professionalità progetti orientati alla pratica nonché di saper creare testi di qualità.

Parte d'esame 2: Ortografia, grammatica, punteggiatura

In questa parte d'esame, partendo da esempi pratici o domande, i candidati esprimono per iscritto una valutazione del testo assegnato, apportando eventuali modifiche.

Parte d'esame 3: Redazione

In questa parte d'esame i candidati esprimono per iscritto una valutazione degli esempi pratici forniti (orali o illustrati), apportando eventuali modifiche.

Parte d'esame 4: Media audiovisivi, elettronici e digitali

In questa parte d'esame scritta i candidati utilizzano in maniera logica gli esempi pratici forniti (orali o illustrati) e provano ad applicarli ad altri media. Si terrà conto della conoscenza dei media e delle capacità di adattare un testo ai vari supporti digitali.

Parte d'esame 5: Analisi ed efficacia dei testi

Questa parte d'esame orale prevede un colloquio professionale con domande e risposte oppure l'analisi di esempi pratici.

Parte d'esame 6: Fondamenti di marketing e strumenti di comunicazione

Questa parte d'esame orale prevede un colloquio professionale con domande a carattere generale, case histories concrete oppure l'analisi di esempi pratici. Verranno valutate la comprensione dei fondamenti di marketing e dei meccanismi della comunicazione nonché la capacità di saperli utilizzare.

Parte d'esame 7: Ricerca e diritto

Questa parte d'esame orale prevede un colloquio professionale con domande e l'analisi di esempi pratici (orali o illustrati). Verranno valutati le tecniche di ricerca e il modo di effettuarle, toccando anche gli aspetti giuridici legati al diritto della pubblicità e della comunicazione.

5.12 Ogni parte d'esame può essere suddivisa in voci. La commissione d'esame definisce questa suddivisione e la ponderazione delle voci nelle direttive inerenti al presente regolamento d'esame.

5.2 Requisiti per l'esame

5.21 La commissione d'esame emana le disposizioni dettagliate in merito all'esame nelle direttive inerenti al presente regolamento d'esame (di cui al punto 2.21 lett. a).

5.22 La commissione d'esame decide l'equivalenza di parti d'esame o moduli di altri esami di livello terziario già conclusi e l'eventuale esonero dall'esame nelle corrispondenti parti previste dal presente regolamento. Non è consentito l'esonero dalle parti d'esame che, secondo il profilo professionale, rappresentano le competenze principali dell'esame.

6. VALUTAZIONE E ATTRIBUZIONE DELLE NOTE

6.1 Disposizioni generali

La valutazione delle singole parti d'esame e dell'esame viene espressa in note. Si applicano le disposizioni di cui ai punti 6.2 e 6.3 del regolamento.

6.2 Valutazione

6.21 Le note delle voci sono espresse con punti interi o mezzi punti, conformemente al punto 6.3.

6.22 La nota di una parte d'esame corrisponde alla media, arrotondata a un decimale, delle note delle voci in cui la parte d'esame è suddivisa. Se il metodo di valutazione non contempla note di voci, la nota della parte d'esame viene calcolata direttamente in conformità con il punto 6.3.

6.23 La nota complessiva è data dalla media delle note delle singole parti d'esame. Essa è arrotondata a un decimale.

6.3 Valore delle note

Le prestazioni sono valutate con note da 6 a 1. Il 4.0 e le note superiori designano prestazioni sufficienti. Non sono ammesse note intermedie diverse dai mezzi punti.

6.4 Condizioni per il superamento dell'esame e per il rilascio dell'attestato professionale

6.41 L'esame è superato se:

- a) la nota totale è di almeno 4.0;
- b) nella parte d'esame 1 (idee, progetto, testo) viene raggiunta almeno la nota 4.0;
- c) non più di una delle altre parti d'esame abbia un punteggio inferiore al 4.0;
- d) nessuna delle note è inferiore al 2.5.

6.42 L'esame non è superato se il candidato:

- a) non si ritira entro il termine previsto;
- b) si ritira dall'esame o da una parte d'esame pur non avendo motivi validi;
- c) si ritira dopo l'inizio dell'esame pur non avendo motivi validi;
- d) deve essere escluso dall'esame.

6.43 La commissione d'esame si basa esclusivamente sulle prestazioni fornite durante l'esame per decidere in merito al superamento di quest'ultimo. Chi supera l'esame ottiene l'attestato professionale federale.

6.44 La commissione d'esame rilascia a ogni candidato un certificato d'esame, dal quale risultano almeno:

- a) le note delle singole parti d'esame e la nota complessiva dell'esame;
- b) il superamento o il mancato superamento dell'esame;
- c) l'indicazione dei rimedi giuridici in caso di mancato rilascio dell'attestato professionale.

6.5 Ripetizione

6.51 Chi non ha superato l'esame può ripeterlo due volte.

6.52 La ripetizione si limita alle parti d'esame nelle quali non è stato raggiunto il punteggio minimo di 5.0.

6.53 Per la ripetizione si applicano le stesse condizioni d'iscrizione e d'ammissione valide per il primo esame.

7. ATTESTATO PROFESSIONALE, TITOLO E PROCEDURA

7.1 Titolo e pubblicazione

7.11 L'attestato professionale federale è rilasciato dalla SEFRI su richiesta della commissione d'esame e porta le firme della direzione della SEFRI e del presidente della commissione d'esame.

7.12 I titolari dell'attestato professionale sono autorizzati a portare il seguente titolo protetto:

- **Redattrice di testi pubblicitari / Redattore di testi pubblicitari con attestato professionale federale**
- **Rédactrice publicitaire / Rédacteur publicitaire avec brevet fédéral**
- **Texterin / Texter mit eidgenössischem Fachausweis**

Per la versione inglese si usa la dicitura:

- **Copywriter, Federal Diploma of Higher Education**

7.13 I nominativi dei titolari dell'attestato professionale sono iscritti in un registro tenuto dalla SEFRI.

7.2 Revoca dell'attestato professionale

7.21 La SEFRI può revocare un attestato professionale conseguito illegalmente con riserva di avviare una procedura penale.

7.22 Contro la decisione della SEFRI può essere interposto ricorso dinanzi al Tribunale amministrativo federale entro 30 giorni dalla notifica.

7.3 Rimedi giuridici

7.31 Contro le decisioni della commissione d'esame relative all'esclusione dall'esame o al rifiuto di rilasciare l'attestato professionale può essere inoltrato ricorso presso la SEFRI entro 30 giorni dalla notifica. Il ricorso deve contenere le richieste del ricorrente e le relative motivazioni.

7.32 In prima istanza, la decisione sui ricorsi spetta alla SEFRI. Contro la sua decisione può essere interposto ricorso dinanzi al Tribunale amministrativo federale entro 30 giorni dalla notifica.

8. COPERTURA DELLE SPESE D'ESAME

- 8.1** L'organo responsabile fissa su richiesta della commissione d'esame le tariffe secondo le quali vengono remunerati i membri della commissione d'esame e i periti.
- 8.2** L'organo responsabile si fa carico delle spese d'esame, nella misura in cui non sono coperte dalle tasse d'esame, dal contributo federale o da altre fonti.
- 8.3** Al termine dell'esame la commissione d'esame invia alla SEFRI, conformemente alle sue direttive², un rendiconto dettagliato. Su questa base la SEFRI stabilisce il contributo federale per lo svolgimento dell'esame.

9. DISPOSIZIONI FINALI

9.1 Abrogazione del diritto previgente

Il regolamento del 3 marzo 2011 concernente l'esame di professione di copywriter è abrogato.

9.2 Disposizioni transitorie

Le ripetenti e i ripetenti, in base al regolamento d'esame previgente del 3 marzo 2011, possono ripetere l'esame una prima o una seconda volta fino al 31.12.2022.

9.3 Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore previa approvazione della SEFRI.

² Direttiva della SEFRI sulla concessione di contributi federali per lo svolgimento degli esami di professione e degli esami professionali superiori ai sensi dell'articolo 56 LFPr e dell'articolo 65 OFPr.

10. EMANAZIONE

Zurigo, 4. Marzo 2021

Organo responsabile per l'attestato professionale federale di redattrice di testi pubblicitari /
redattore di testi pubblicitari

Presidente dell'organo responsabile
Odile Nerfin



Presidente della commissione d'esame
Roger Hausmann



Il presente regolamento d'esame è approvato.

Berna, *25 giugno 2021*

Segreteria di Stato per la formazione,
la ricerca e l'innovazione SEFRI



Rémy Hübschi
Vice-direttore
Capodivisione Formazione professionale e continua